

**PERGESERAN MAKNA *GAIRAIGO* DALAM BAHASA IKLAN  
DI MAJALAH *LIFENESIA* EDISI NO. 9/2013**

**ARTIKEL ILMIAH**

**OLEH:  
RENATA RISTA KUMALA  
NIM 105110203111005**



**PROGRAM STUDI S1 SASTRA JEPANG  
JURUSAN BAHASA DAN SASTRA  
FAKULTAS ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
2014**

## ABSTRAK

Kumala, Renata Rista. 2014. **Pergeseran Makna Gairaigo dalam Bahasa Iklan di Majalah Lifenesia Edisi no.9/2013**. Program Studi Sastra Jepang, Universitas Brawijaya.

Pembimbing : (I) Agus Budi Cahyono, M.Lt. (II) Sri Aju Indrowaty, M.Pd.

Kata kunci : Pergeseran makna, *gairaigo*, iklan, *lifenesia*

Bahasa merupakan alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Bahasa terus berkembang dari zaman ke zaman. Bahasa di suatu negara, memiliki kosakata yang diserap dari bahasa lain, sering menyebabkan terjadinya pergeseran makna. Dalam penelitian ini penulis menjawab dua rumusan masalah yaitu (1) Apa saja jenis pergeseran makna *gairaigo* yang muncul dalam bahasa iklan di majalah *Lifenesia*? (2) Sebab apa saja yang mempengaruhi pergeseran makna *gairaigo* tersebut?

Pada penelitian ini dipilih metode kualitatif deskriptif untuk memberikan rincian yang kompleks, serta menjabarkan hasil analisis. Sumber datanya adalah majalah *Lifenesia* no.9 tahun 2013. Analisis yang dilakukan meliputi : Mengklasifikasikan *gairaigo*, menghitung berapa yang mengalami pergeseran makna, menganalisis makna dan sebab pergeserannya, lalu membuat kesimpulan.

Dari sumber data, ditemukan sebanyak 47 *gairaigo* yang mengalami pergeseran makna, dengan rincian : 3 kata mengalami pergeseran meluas, 37 kata mengalami pergeseran menyempit, dan 7 kata mengalami pergeseran total.

Sebab pergeseran makna, adalah (1) Linguistik, yaitu seringnya 2 kata muncul bersama dalam suatu konteks. (2) Historis, yaitu perkembangan jaman, kemunculan ide-ide baru. (3) Sosial, yaitu masyarakat pengguna bahasa sering memaknai kata berdasarkan pengalamannya. (4) Psikologis, yaitu orang perlu memaknai kata berdasarkan level rendah-tinggi, atau hormat-kurang hormat. (5) Pengaruh asing, yaitu masuknya budaya asing terutama barat. (6) Kebutuhan akan makna baru, dikarenakan penemuan baru terutama teknologi.

Penelitian *gairaigo* lain yang dapat dilakukan adalah, membandingkan *gairaigo* dengan kata serapan bahasa lain, menganalisa pergeseran makna *gairaigo* dalam bentuk grafik/tabel, menganalisa perubahan makna *gairaigo*.

## 要旨

クマラ・レナタリスタ．２０１４．雑誌「ライフネシア」の２０１３年第  
９巻の広告言葉に外来語の意味変化．ブラウイジャヤ大学日本文学科．  
指導教官：（１）アグス・ブディ・チャヨノ（２）スリ・アジュ・インド  
ロワティ

キーワード：意味変化、外来語、広告、ライフネシア

コミュニケーションのために、言語を使う。言語でインフォメーションを送ることができる。毎日言語が発展する以上、どこでもいつでも新しい単語も増加してくる。その結果、外国語からの単語を国語として使用する可能性があり、外来語という単語の種類が現れてきた。本研究は次の２つの問題を答えようとする。それは、（１）雑誌「ライフネシア」における、外来語の意味変化は何か（２）雑誌「ライフネシア」における、外来語の意味変化の原因は何か、である。

本研究は質的で、記述的を方法で実施した。分析の対象になったデータソースは雑誌「ライフネシア」の２０１３年第９巻である。分析方法は見つかった外来語を分類し、外来語の意味変化を数える、意味と意味変化の原因を分析し、そして結論を下すことである。

雑誌「ライフネシア」の２０１３年第９巻の中に、４７の外来語の単語が見つかった。その外来語の広い意味変化が３の単語、狭い意味変化が３７の単語、と総意味変化が７の単語である。

意味変化の原因は（１）言語学の原因、二つの言葉が同じ時間が出る。（２）歴史の原因、時代に発展する以上である。（３）社会的の原因、人々は経験で言葉を使う。（４）心的の原因、人々は言葉を使うことが社会階層に基づいてある。（５）外の原因、外国の文化が入ってきた、特別に西文化である。（６）技術のために新しい言葉の意味が使われる。

次の研究は外来語とほかの言葉を比べる、グラフィックで外来語の意味変化を分析する、外来語の意味変化を分析すると思う。

## DAFTAR PUSTAKA

- Badudu, J.S. (1993). *Cakrawala Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Chaer, Abdul. (2003). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Echols, John M. dan Hassan Shadily. (1990). *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta : Gramedia.
- Ectaco Team. (2012). *Ectaco English – Indonesian Dictionary*. New York : Ectaco, Inc.
- Iida, Takaaki dan Yamamoto Keiichi. (1983). *Nihongo ni Natta Gairaigo Jiten*. Tokyo: Shuueisha
- Lifenesia. (2013). Edisi ke-9. Bekasi: Kiuplat Media.
- Matsuura, Kenji. (2005). *Kamus Jepang-Indonesia*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, Lexy J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Monle, Lee dan Carla Johnson. (2007). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Muhammad. (2011). *Metode Penelitian Bahasa*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Nakai, Seiichi dan Hiroaki Miyaji. (2001). *Sekaishisousha*. Kyoto: Takajima Kunio.
- Nasihin, Anwar. (2007). *Kata Serapan dalam Bahasa Jepang*. Skripsi. Jurusan Sastra Jepang, Universitas Padang.

- Nomoto, Kikuo. (1990). *Gairaigo no Kesei to Sono Kyouiku*. Tokyo : Ookurashou Insatsukyoku.
- Oshima, Kimie. (2002). *Semantic and Structural Shift Patterns of Gairaigo in Japan. Intercultural Communication Studies XI:4 2002*.
- Oshima, Kimie. (2004). The Movement of Gairaigo Usage : The Case of the Asahi Newspaper from 1952 to 1997. Bunkyo Gakuin Daigaku Tankidaigaku Kio 3, p91-102.
- Oxford Team. (2013). *Oxford Advanced Learner's Dictionary, 8<sup>th</sup> Edition*. Inggris : Oxford University Press.
- Parera, J.D. (2004). *Teori Semantik*. Jakarta: Erlangga.
- Sudjianto dan Ahmad Dahidi. (2004). *Pengantar Linguistik Bahasa Jepang*. Jakarta : Kesaint Blanc.
- Sudjianto dan Ahmad Dahidi. (2009). *Pengantar Linguistik Bahasa Jepang*. Jakarta : Kesaint Blanc.
- Syartanti, Nadya Inda. (2013). Kosakata Bahasa Jepang. Diakses pada tanggal 25 April 2013 dari [n12y3.lecture.ub.ac.id](http://n12y3.lecture.ub.ac.id)
- Tamamura, Fumio. 2001. *Nihongogaku o Manabu Hito no Tameni*. Tokyo: Sekaishishousha
- Tim. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Trijanto, Agus. (2001). *Copywriting - Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Ullmann, Stephen. (1977). *Semantics, an Introduction to the Science of Meaning*.

Terjemahan oleh Sumarsono. 2007. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Wisadirana, Darsono. (2005). *Metode Penelitian, Pedoman Penulisan Skripsi*.

Malang: UMM Press.

Yulianto, Uky. (2012). Gairaigo dalam Majalah Nippon Ditinjau dari Segi

Pembentukan Kata. Program Studi Sastra Jepang, Universitas Brawijaya

Malang.

Yunias, Basilea. (2013). Pembentukan Gairaigo Dalam Tabloid 'Bali Freak' Edisi

No. 8 Tahun 2012. Skripsi. Jurusan Sastra Jepang, Universitas Brawijaya

Malang.